

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	10
G. Penegasan Istilah	11
H. Sistematika Penulisan Skripsi	12

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	14
B. Manajemen Pemasaran	21
C. Perilaku Konsumen	25
D. Harga	34
E. Kemasan	38
F. Kualitas produk	46

G. <i>Brand Image</i>	49
H. <i>Word of Mouth</i>	54
I. Penelitian Terdahulu.....	62
J. Kerangka Konseptual.....	66
K. Hipotesis Penelitian.....	67

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	68
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	69
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran.....	70
D. Instrumen Penelitian.....	71
E. Teknik Analisis Data.....	76

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Karakteristik Responden.....	84
B. Analisis Deskriptif Variabel.....	86
C. Analisis Data.....	88

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.....	100
B. Pengaruh Kemasan terhadap Minat Beli Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.....	101
C. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.....	103

D. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.....	105
E. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.....	107
F. Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, <i>Brand Image</i> dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.....	109
G. Faktor yang Paling Berpengaruh terhadap Minat Beli Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.....	111

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	113
B. Saran.....	113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN